

**STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN MELALUI
PROGRAM CSR *GREEN TECHNOLOGY* PT. PERTAMINA
PATRA NIAGA AFT ADISUTJIPTO**

(Studi Deskriptif Kualitatif Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul
Maguwoharjo, Yogyakarta)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Disusun Oleh:
Nabila Nuurussyifa
NIM 22107030033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nabila Nuurussyifa

Nomor Induk : 22107030033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 06 Januari 2026

Yang Menvatakan

Nabila Nuurussyifa
NIM 22107030033

NOTA DINAS



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nabila Nuurussyifa
NIM : 22107030033
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN MELALUI PROGRAM CSR GREEN TECHNOLOGY PT. PERTAMINA PATRA NIAGA AFT ADISUTJIPTO
(Studi Deskriptif Kualitatif Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul Maguwaharjo,
Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian, atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 11 Februari 2026
Pembimbing

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-355/Un.02/DSH/PP.00.9/02/2026

Tugas Akhir dengan judul

: STRATEGI KOMUNIKASI LINGKUNGAN MELALUI PROGRAM CSR GREEN TECHNOLOGY PT. PERTAMINA PATRA NIAGA AFT ADISUTJIPTO (Studi Deskriptif Kualitatif Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul Maguwoharjo, Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NABILA NUURUSSYIFA
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030033
Telah diujikan pada : Senin, 19 Januari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 698d644bbb0fd



Pengaji I
Dr. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED



Pengaji II
Niken Puspitasari, S.I.P., M.A.
SIGNED

Valid ID: 698d5ca77d318

Yogyakarta, 19 Januari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Valid ID: 698d7a731047b

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

MOTTO

“Allah memang tidak menjajikan kehidupanmu akan selalu mudah, tapi dua kali
Allah berjanji bahwa: fa inna ma’al ‘usri yusra”

{QS. Al-Insyirah 94: 5-6}

*“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up
and moving into new chapters of your life is about catch and release”*

{Taylor Swift}

“Hidup bukan saling mendahului. Bermimpilah sendiri – sendiri”

{Hindia}

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMPAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:



Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Bissmillahirrahmanirrahim

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia dari jalan jahiliyah menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Strategi Komunikasi Lingkungan Program CSR PT. Patra Niaga AFT Adisutjipto dalam Penerapan *Green Technology* pada Program Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul. Peneliti menyadari bahwa penyusun skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Erika Setyani Kusumaputri, S.Psi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama peneliti berkuliahan di UIN Sunan Kalijaga dan Alip Kunandar, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, pikiran, dukungan, motivasi serta tenaga dalam membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan dapat diterbitkan sebagai jurnal.
4. Bapak Dr. Bono Setyo, M.Si. selaku Dosen Penguji I dan Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran serta bimbingan kepada peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan. .

6. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa peneliti sayangi dan hormati. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala pengorbanan, kasih sayang, dukungan, serta doa yang tiada henti dipanjangkan. Tanpa cinta dan ketulusan yang selalu mengiringi setiap langkah, peneliti tidak akan mampu menyelesaikan proses pendidikan dan penulisan skripsi ini dengan baik.
7. Saudara peneliti Aisyah Z.K yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi kepada peneliti.
8. Kepada seseorang (MR) yang senantiasa hadir dalam setiap proses perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas dukungan tanpa henti, kesabaran, serta motivasi yang selalu diberikan, baik secara moril maupun materil. Kehadiran dan kontribusinya menjadi salah satu alasan penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman terdekat peneliti, yaitu Nada Salsabila, Safira Karimah, Dwi Utami, dan Annisa Alya. Peneliti mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang senantiasa diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Dhea Aisyah dan Bunga Rufaida, peneliti juga mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan semangat yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Perhatian dan support yang diberikan sangat berarti bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
11. Kepada Nines, teman sejak awal masa perkuliahan (maba) yang senantiasa bersama-sama penulis. Peneliti mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan selama perjalanan akademik hingga penyusunan skripsi ini. Kehadiranmu menjadi bagian berarti dalam setiap proses yang dilalui penulis.
12. Terima kasih kepada teman-teman yang telah bersama-sama selama masa penyusunan skripsi. Kehadiran, dukungan, dan kebersamaan yang diberikan menjadi penyemangat bagi peneliti dalam melalui setiap proses hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

13. Terima kasih untuk teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2022 yang turut memberikan semangat, dukungan, dan bantuan bagi peneliti dimasa mengerjakan skripsi.
14. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah berproses, bertahan, dan terus berjuang dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Segala usaha, doa, dan kerja keras yang telah dilakukan menjadi bukti bahwa peneliti mampu melewati setiap tantangan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
15. Terima kasih kepada Pertamina Adisutjipto serta Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul yang telah berkenan menjadi lokasi penelitian. Peneliti mengapresiasi kesempatan, dukungan, dan kerja sama yang diberikan sehingga proses pengumpulan data dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Yogyakarta, 22 Desember 2025
Peneliti,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nabila Nuurussyifa
NIM. 22107030033

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Landasan Teori.....	15
G. Kerangka Pemikiran.....	31
H. Metodologi Penelitian	32
BAB II GAMBARAN UMUM	39
A. Profil PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto.....	39
1. Sejarah Perusahaan.....	39
2. Visi dan Misi	41
3. Letak Geografis	42
4. Logo.....	42
B. Profil Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul.....	42
1. Sejarah Desa Sambilegi Kidul.....	42
2. Kondisi Geografis.....	43
3. Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Sambilegi Kidul	43
4. Kelompok Binaan Desa Sambilegi Kidul.....	44

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Strategi Komunikasi Model KAP (<i>Knowledge, Attitude, Practice</i>).....	50
1. Tahap 1 (Menentukan Audiens, Pesan, dan Media).....	50
2. Tahap 2 (Pra Pengujian, Desain Produksi Media, dan Desain Pesan) ...	60
3. Tahap 3 (Peningkatan Pengetahuan (<i>Knowledge</i>), Sikap (<i>Attitude</i>) dan Praktik (<i>Practice</i>))	66
B. Aspek Penerapan <i>Green Technology</i> pada Sektor Wisata	79
1. Penggunaan Energi Terbarukan	79
2. Pengelolaan Air Dan Limbah	81
3. Pemilihan bahan bangunan ramah lingkungan.....	84
4. Mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.....	87
5. Peningkatan kesadaran masyarakat	89
C. Analisis Area Studi dari Komunikasi Lingkungan Menurut Robert Cox .	91
D. Keterkaitan antara Komunikasi Lingkungan dengan <i>Green Technology</i>	101
BAB IV PENUTUP	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Instagram Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul	4
Gambar 2. Model Strategi Komunikasi KAP (Knowledge, Attitude, Practice) ...	29
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4. Foto Bangunan PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto	39
Gambar 5. Logo Pertamina	42
Gambar 6. Peta Desa Wisata Sambilegi Kidul.....	43
Gambar 7. Stuktur Kelompok Wanita Tani Arimbi.....	46
Gambar 8. Implementasi Strategi Komunikasi Model KAP (Knowledge, Attitude, Practice).....	75
Gambar 9. Panel Surya.....	80
Gambar 10. Waterfall Injection pada Kolam Ikan	80
Gambar 11. Kegiatan Dulang limbuk (Pengolahan limbah di kolam ikan)	82
Gambar 12. Pengolahan Tanaman Aloevera.....	83
Gambar 13. Tempat Sampah Khusus Botol Plastik	84
Gambar 14. Angkringan di Dangau Mina Horti	85
Gambar 15. Kegiatan Sosialisasi Program.....	87
Gambar 16. Dangau Mina Horti (Tempat Pusat Aktivitas)	88
Gambar 17. Pelatihan Ecoprint	89
Gambar 18. Kebun KWT Arimbi di lokasi Dangau Mina Horti.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	14
Tabel 2. Implementasi Proses Strategi Komunikasi Local hero	78



ABSTRACT

Efforts to encourage the adoption of green technology at the community level are often hampered by gaps between organizational communication and local socio-cultural realities, particularly when CSR strategies remain top-down. This study aims to analyze environmental communication strategies within the CSR program of PT Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto in the Sambilegi Kidul Tourism and Education Village, with a focus on the role of local heroes as catalysts for change. Guided by the Knowledge, Attitude, Practice (KAP) model, this study examines the communication process through three main stages: determination of audiences, messages, and media; planning and production of communication media and message design; and enhancement of community knowledge, attitudes, and practices. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation involving the Community Development Officer (CDO), the village leader and program manager, and local heroes from assisted community groups. The object of this study is the environmental communication strategy implemented in the CSR program. The findings reveal that local heroes function not only as messengers but also as cultural mediators who translate environmental messages and green technology practices into everyday social routines. Through a gradual social learning process beginning with individual adoption and expanding to family and community levels this strategy effectively increases knowledge, fosters positive attitudes, and encourages sustainable green technology practices within the village

Keywords: Environmental communication strategy, CSR, KAP model, Local hero, Green technology.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I **PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, tuntutan global saat ini menuntut perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga menunjukkan tanggung jawab terhadap kondisi sosial dan lingkungan. Pergeseran orientasi tersebut dipengaruhi oleh perubahan besar yang muncul pada era revolusi industri 5.0 yang memberikan dampak besar pada berbagai sektor. Revolusi ini ditandai dengan pemanfaatan teknologi mutakhir seperti *internet of things* (IoT), kecerdasan buatan (AI), dan integrasi data, yang secara keseluruhan mendorong peralihan dari sistem produksi yang terpusat menuju pendekatan yang lebih terdistributif dan adaptif (Simatupang, 2020).

Inovasi - inovasi terbaru yang dihasilkan dari kemajuan ini telah memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat di berbagai bidang. Kemajuan teknologi ini juga membawa dampak negatif, diantaranya meningkatnya eksploitasi sumber daya alam dan manusia, kondisi ini memperburuk kualitas lingkungan serta memperbesar ketimpangan sosial. Hal tersebut menjadikan pengelolaan lingkungan di Indonesia menjadi semakin penting, yang tercermin melalui transparansi dan akuntabilitas dalam penilaian kinerja perusahaan,

Di Indonesia penerapan pengelolaan lingkungan oleh suatu instansi seperti dapat dilihat berdasarkan data dari kementerian lingkungan hidup hasil Peringkat PROPER 2023-2024. Dari 4.495 perusahaan yang dinilai, hanya 85 meraih peringkat Emas dan 227 mendapat Hijau, menunjukkan

perlunya peningkatan dalam praktik berkelanjutan. Mayoritas (2.649) berada di peringkat Biru (taat tapi kurang inovatif), sementara 1.313 masuk Merah (tidak taat), 16 Hitam (sangat merusak), dan 164 ditangguhkan karena penegakan hukum. Sebanyak 41 perusahaan tidak diumumkan karena tidak beroperasi. Dari data tersebut dapat disimpulkan masih diperlukan upaya lebih besar untuk meningkatkan kepatuhan dan inovasi dalam pengelolaan lingkungan, serta penerapan penegakan hukum yang lebih tegas terhadap pihak – pihak yang melakukan perusakan lingkungan (Rion, 2025).

Walaupun masih banyak perusahaan yang tidak berkomitmen dalam melakukan penerapan pengelolaan lingkungan, masih terdapat sebagian perusahaan yang sadar akan hal tersebut. Salah satu perusahaan yang berkomitmen menjaga lingkungan yaitu PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto. Menjadi salah satu perusahaan yang berkomitmen terhadap inovasi program CSR berbasis kemandirian masyarakat. Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul menjadi salah satu program CSR yang terealisasi dengan baik.

Sebelumnya, PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto juga melakukan kegiatan pemberdayaan di Dusun Nayan dan Desa Wisata Pisang Dusun Kalongan. PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto dalam menjalankan program CSR tidak hanya berfokus pada pelestarian lingkungan, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Melalui berbagai inisiatif, perusahaan berupaya menciptakan ekosistem

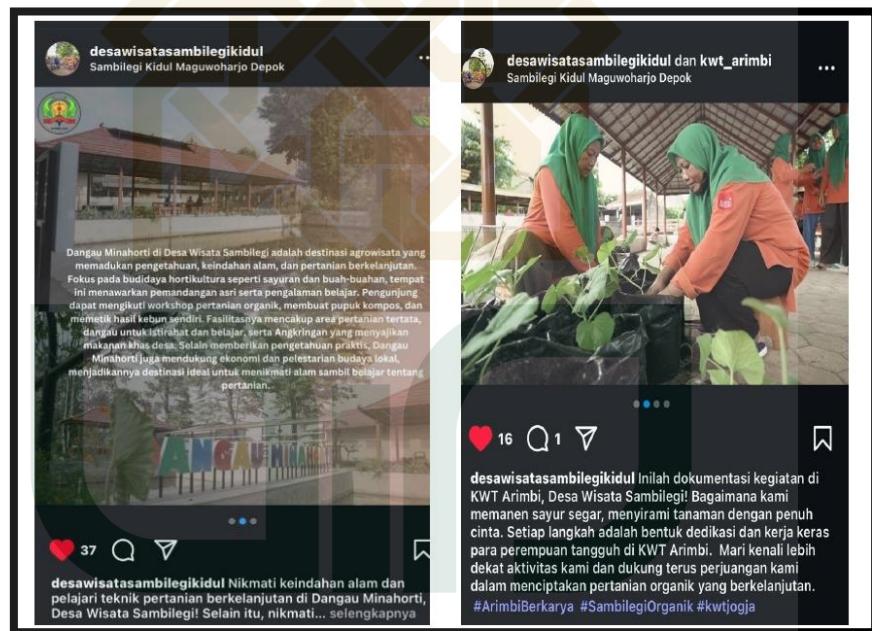
yang berkelanjutan dengan melibatkan warga dalam berbagai pelatihan keterampilan, pengelolaan usaha, serta penguatan kapasitas ekonomi lokal.

Program CSR Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul di Maguwoharjo, Sleman, merupakan desa yang mengandalkan potensi wisata lokal sebagai sumber perekonomian masyarakatnya. Seiring berkembangnya sektor pariwisata, terdapat kebutuhan untuk mengelola sumber daya alam secara berkelanjutan, terutama dengan mempertimbangkan dampak lingkungan. Dalam memastikan program CSR yang digagas oleh Pertamina dapat sesuai dengan kebutuhan warga sekitar, Pertamina melakukan riset berupa pemetaan sosial. Pemetaan sosial atau social mapping dilakukan juga untuk melihat apa yang menjadi permasalahan dan kebutuhan masyarakat sekitar. Melalui riset pemetaan sosial, PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto akan melihat demografis, psikografis, geografi, kebutuhan, keinginan, serta ketertarikan komunitas yang akan diberlakukan program pelatihan CSR.

Rangkaian program yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto tidak hanya sebatas kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang bersifat karitatif atau sekadar memberikan bantuan, tetapi juga berfokus pada pemberdayaan masyarakat. Program ini telah berkembang dari sekadar bantuan sosial menjadi upaya nyata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pada terutama kelompok rentan. Dalam menentukan skala prioritasnya, PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto akan fokus pada lingkungan yang terkena dampak langsung dari

operasional. Lingkungan masyarakat yang paling dekat dengan PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto dan merasakan dampak langsung operasional mereka akan jadi prioritas dalam perancangan program CSR mereka. Hal ini dilakukan sebagai bentuk kompensasi karena truk-truk besar yang berlalu lalang di lingkungan mereka saat jam kerja PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto.

Gambar 1. Akun Instagram Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul



Sumber: Dokumentasi pribadi Tangkapan layar 5 Maret 2025

Dilansir dari Kompas.id Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul mengedepankan inovasi berwawasan lingkungan melalui penerapan energi baru terbarukan (EBT). Konsep Desa Wisata dan Edukasi yang diterapkan mencerminkan berbagai inovasi yang dilakukan masyarakat dalam upaya pemberdayaan, seperti penggunaan panel surya sebagai sumber energi, alat *waterfall injection* sebagai alternatif kincir air, serta pemanfaatan limbah organik lumpur kolam sebagai media tanam pertanian. Penerapan inovasi-

inovasi ini tidak hanya mampu mengurangi biaya operasional secara signifikan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan dengan memanfaatkan sumber daya alam secara lebih efisien dan berkelanjutan. Hal tersebut juga dapat dilihat pada postingan Instagram di atas yang menerapkan program yang peduli dengan lingkungan dan berkelanjutan.

Komitmen terhadap keberlanjutan yang ditunjukkan oleh Program CSR Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam setiap program yang dijalankan. Seiring berjalananya waktu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin dikenal luas, didorong oleh meningkatnya praktik CSR di berbagai perusahaan serta adanya regulasi yang mengatur pelaksanaannya. Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 menetapkan bahwa setiap perusahaan yang beroperasi di sektor sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kewajiban tersebut harus dialokasikan dalam anggaran sebagai bagian dari biaya operasional perusahaan dengan memperhatikan prinsip kepatutan dan kewajaran. Apabila perusahaan tidak memenuhi ketentuan ini, maka akan dikenai sanksi sesuai peraturan yang berlaku. (Disemadi & Prananingtyas, 2020).

Selain itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal juga menegaskan bahwa setiap investor memiliki kewajiban dalam menjalankan tanggung jawab sosial. Ketentuan ini kemudian mendorong implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR), memiliki tujuan untuk memperbaiki kesejahteraan

masyarakat di berbagai sektor, seperti ekonomi, lingkungan, kesehatan, infrastruktur, serta aspek kehidupan lainnya. Selain itu, kewajiban CSR juga mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan berbagai aspek sosial, lingkungan termasuk peningkatan kualitas pendidikan dan perbaikan fasilitas umum di sekitar wilayah operasional mereka. Dengan adanya regulasi ini, perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih jelas dalam menjalankan program CSR, tidak hanya sebagai bentuk kepedulian sosial, tetapi juga sebagai kewajiban yang harus dipenuhi untuk keberlanjutan usaha dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Regulasi tersebut mendorong perusahaan untuk lebih terlibat dalam pengembangan masyarakat, termasuk dalam upaya pemberdayaan desa, sehingga program CSR yang dijalankan dapat selaras dengan kebutuhan. Pengembangan potensi desa melalui pemberdayaan masyarakat tidak hanya bergantung pada keterampilan teknis, tetapi juga memerlukan strategi komunikasi yang efektif untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat. Keberhasilan suatu tujuan sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan.

Oleh karena itu, diperlukan perancangan strategi komunikasi yang tidak hanya bertujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan, tetapi juga mampu menetapkan target yang jelas. Strategi ini harus memastikan bahwa setiap anggota masyarakat memahami tujuan, manfaat, dan peran mereka dalam proses pengembangan, sehingga mereka dapat dibimbing serta

dimotivasi untuk berkontribusi secara aktif dalam pembangunan desa (Setyorini et al., 2021).

Strategi komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam komunikasi pemberdayaan, karena melalui pendekatan yang tepat, pesan-pesan pemberdayaan dapat tersampaikan dengan baik dan mendorong partisipasi aktif masyarakat. Pemberdayaan masyarakat merujuk pada upaya memberikan kekuatan dan keterampilan kepada masyarakat agar mereka dapat hidup mandiri. Selain itu, proses ini bertujuan untuk mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan stabilitas ekonomi serta kualitas hidup mereka. Salah satu strategi komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi lingkungan.

Komunikasi lingkungan berfungsi sebagai sarana untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan yang bersifat dialogis. Melalui komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok, interaksi yang lebih efektif dapat terjalin, sehingga masyarakat lebih memahami peran dan tanggung jawabnya dalam menjaga lingkungan (Antoni, 2020: 48). Komunikasi lingkungan memiliki dua fungsi utama. Pertama, fungsi pragmatis, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal yang bertujuan menyampaikan informasi dan memengaruhi masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu. Kedua, fungsi konstitutif, yaitu interaksi yang membentuk, menguatkan, dan menegosiasikan makna serta nilai sosial, sehingga berperan dalam menentukan apakah suatu isu dianggap sebagai masalah atau tidak (Pezzullo & Cox, 2022: 25).

Sebagai sebuah konsep, komunikasi lingkungan menekankan adanya hubungan yang saling berkaitan antara manusia, komunikasi, dan lingkungan. Seperti yang tertulis pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 menjelaskan bahwa lingkungan hidup merupakan suatu ruang yang terdiri segala unsur alam dan makhluk hidup, mencakup manusia dengan perlakunya, yang mempengaruhi kesejahteraan dan kelangsungan hidup. Pencemaran lingkungan diatur dalam Pasal 104, yang menetapkan sanksi berupa pidana penjara maksimal 3 tahun atau denda hingga 3 miliar.

Merusak lingkungan tentunya juga bertentangan dengan ajaran dalam Al-Quran. Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa manusia diperbolehkan menggunakan segala hal yang tersedia di muka bumi ini untuk memenuhi kebutuhannya, tetapi tidak dibenarkan melakukan tindakan sampai merusaknya. Sebagaimana firman Allah SWT yang tertulis pada surah Al-Baqarah ayat 205 yaitu sebagai berikut:

وَإِذَا تَوَلَّى سَعْيٍ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهَلِّكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ وَاللهُ لَا يُحِبُّ الْفَسَادَ

Artinya: "Apabila berpaling (dari engkau atau berkuasa), dia berusaha untuk berbuat kerusakan di bumi serta merusak tanam-tanaman dan ternak. Allah tidak menyukai kerusakan." (Al-Baqarah:205)

YOGYAKARTA
Seperti yang ditafsirkan oleh Kementerian Agama RI bahwa Di antara perilaku buruk seseorang adalah ketika ia menjauh dan tidak lagi bersama orang-orang beriman, lalu berusaha menimbulkan kerusakan di bumi dengan melakukan kejahatan, seperti merusak lingkungan dan membunuh hewan ternak milik manusia beriman. Padahal, Allah SWT

membenci perbuatan yang membawa kerusakan. Ketika diingatkan untuk bertakwa dan menghindari perbuatan yang mendatangkan azab Allah, ia justru semakin sompong dan terus berbuat dosa tanpa rasa takut akan hukuman-Nya. Oleh karena itu, pantas baginya azab neraka Jahanam, yang merupakan tempat tinggal terburuk bagi orang-orang yang durhaka.

Surat Al-Baqarah ayat 205 secara tidak langsung menggambarkan bahwa perusahaan sebagai salah satu entitas yang memanfaatkan sumber daya alam memiliki tanggung jawab besar untuk menjaga kelestarian lingkungan. Perusahaan harus memastikan bahwa aktivitas produksi dan operasionalnya tidak menyebabkan kerusakan lingkungan, melainkan berupaya untuk menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban sosial dan lingkungan, tetapi juga menjalankan amanah sebagai khalifah di muka bumi yang diperintahkan oleh Allah SWT. Oleh karena itu, manajemen komunikasi lingkungan diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat serta industri terhadap lingkungan.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mencari tahu bagaimana strategi komunikasi lingkungan yang diterapkan oleh PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto dalam program CSR Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul pada penggunaan *green technology*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu “Bagaimana strategi komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto melalui program CSR pada Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul dalam penerapan *green technology?*”

C. Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk menganalisis strategi komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto melalui program CSR Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul pada penerapan *green technology*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya penerapan pada komunikasi lingkungan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penyempurna bagi penelitian sebelumnya dan bisa menjadi sumber rujukan bagi penelitian yang serupa dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktik, penelitian ini memberikan wawasan bagi masyarakat dan wawasan bagi pelaku lingkungan Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku lingkungan dengan mengadopsi sistem pemberdayaan yang dilakukan oleh PT. Pertamina

Patra Niaga AFT Adisutjipto pada program CSR Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul pada penerapan *green technology*.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam menunjang penelitian, peneliti melakukan tinjauan Pustaka melalui penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai referensi serta landasan untuk mendukung studi penelitian. Beberapa penelitian yang relevan dengan topik penelitian ini antara lain sebagai berikut.

Penelitian pertama berjudul “Komunikasi Lingkungan Dalam Program Kampung Hijau Terpadu Di Kelurahan Cakung Barat” yang ditulis oleh Ilham Adi Nugroho & Pradipta Dirgantara (2023) dalam jurnal Ilmu Komunikasi UHO. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui analisis deskriptif dengan tujuan untuk memahami komunikasi lingkungan yang berlangsung dalam Program Kampung Hijau Terpadu di RW 01 Kelurahan Cakung Barat, dengan menerapkan model komunikasi informasi lingkungan yang mencakup arus informasi, isi pesan, dan media komunikasi. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa proses komunikasi lingkungan berlangsung melalui penyampaian informasi secara langsung kepada pihak terkait. Pesan yang disampaikan mencakup pemaparan masalah yang terjadi di RW 01 Kelurahan Cakung Barat serta langkah penyelesaiannya melalui Program Kampung Hijau Terpadu. Adapun media komunikasi yang digunakan tergolong sederhana, yakni melalui forum rapat koordinasi dan surat resmi.

Penelitian kedua berjudul “Strategi komunikasi lingkungan dalam upaya inovasi substitusi aquafaba yang berimplikasi pada peningkatan kompetensi umkm menuju umkm go green di Kota Medan” yang ditulis oleh Ferry Hidayat, August Halomoan Siregar, & Christine Angelica (2024) dalam jurnal SEIKO: *Journal of Management & Business*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan pengambilan data survey dan wawancara mendalam dengan 42 pemilik UMKM kuliner. Hasil penelitian ini menungkapkan bahwa persepsi mengenai keberlanjutan, efisiensi biaya, serta peningkatan daya saing yang memiliki pengaruh nyata terhadap adopsi Aquafaba oleh UMKM. Penerapan strategi komunikasi lingkungan yang efektif terbukti mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha, serta mengurangi dampak lingkungan. Temuan ini sejalan dengan inisiatif UMKM go green di Medan yang dapat dijadikan rujukan dalam merumuskan kebijakan pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

Penelitian ketiga berjudul “Strategi Komunikasi Lingkungan Badan Usaha Milik Desa dalam Mengelola Ekowisata Mangrove Toapaya Selatan Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau” yang ditulis oleh Panca Cahya Rinawati, Muhammad Firdaus, & Tantri Puspita Yazid (2022) dalam jurnal *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi lingkungan Badan Usaha Milik Desa dalam pengelolaan Ekowisata Mangrove Toapaya Selatan Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa BUMDes melaksanakan strategi

komunikasi lingkungan yang dilakukan melalui empat tahap. Langkah pertama adalah tahap penilaian, yang meliputi kajian terhadap kondisi yang ada, pengenalan berbagai persoalan sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta identifikasi yang memiliki keterlibatan dan kepentingan. Selanjutnya, pada tahap perencanaan, BUMDes mengembangkan strategi komunikasi, memotivasi masyarakat, dan memilih media yang tepat dalam penyampaian pesan. Kemudian, tahap produksi, pesan yang telah dirancang diproduksi bersama dengan uji coba awal untuk memastikan efektivitasnya. Terakhir, pada tahap pelaksanaan, informasi disebarluaskan melalui media yang telah dipilih, program diimplementasikan, dan dilakukan dokumentasi serta evaluasi untuk menilai keberhasilan strategi yang telah diterapkan.



Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No.	Judul	Peneliti	Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Komunikasi Lingkungan Dalam Program Kampung Hijau Terpadu Di Kelurahan Cakung Barat https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.100	Ilham Adi Nugroho, Pradipta Dirgantara	2023	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat komunikasi lingkungan dengan arus informasi disampaikan langsung kepada sektor terkait, dengan isi pesan: permasalahan yang terjadi di RW 01 Kelurahan Cakung Barat dan solusi dari permasalahan tersebut dengan Program Kampung Hijau Terpadu, dan media komunikasi yang digunakan masih bersifat sederhana melalui rapat koordinasi dan surat resmi (Nugroho & Dirgantara, 2023).	konteks yang berbeda, baik dari segi lokasi, objek penelitian, maupun isu yang diangkat. Peneliti lebih spesifik pada CSR Pertamina DPPU Adisucipto dan dampaknya terhadap desa wisata, sedangkan jurnal tersebut membahas konteks yang lebih umum serta memiliki target audiens yang berbeda	Kedua penelitian memiliki kesamaan fokus pada komunikasi lingkungan, peran csr perusahaan yang berkontribusi untuk lingkungan dan pembahasan teknologi ramah lingkungan
2.	Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Upaya Inovasi Substitusi Aquafaba Yang Berimplikasi Pada Peningkatan Kompetensi UMKM Menuju UMKM Go Green Di Kota Medan https://doi.org/10.37531/sejaman.v7i2.7767	Ferry Hidayat, August Halomoan Siregar, Christine Angelica	2024	Hasil analisis SmartPLS menunjukkan bahwa persepsi keberlanjutan, efisiensi biaya, dan daya saing berpengaruh signifikan terhadap adopsi Aquafaba oleh UMKM. Strategi komunikasi lingkungan yang tepat dapat meningkatkan pemahaman dan adopsi, serta mengurangi dampak lingkungan. Temuan ini mendukung upaya UMKM go green di Medan dan dapat menjadi panduan bagi kebijakan pengembangan UMKM berkelanjutan.(Hidayat et al., 2024).	Penelitian dahulu berfokus pada strategi komunikasi lingkungan pada UMKM menuju Go green sedangkan peneliti berfokus kepada penggunaan teknologi ramah lingkungan.	Penelitian dahulu sama-sama membahas tentang Strategi Komunikasi Lingkungan
3.	Strategi Komunikasi Lingkungan Badan Usaha Milik Desa Dalam Mengelola Ekowisata Mangrove Toapaya Selatan Kabupaten Bintanprovinsi Kepulauan Riau	Panca Cahya Rinawati, Muhammad Firdaus, Tantri Puspita Yazid	2022	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Lingkungan BUMDes dilakukan melalui empat tahap: (1) <i>Assessment</i> , mencakup analisis situasi, identifikasi masalah, dan analisis pihak terkait; (2) <i>Perencanaan</i> , meliputi pengembangan strategi, motivasi masyarakat, dan pemilihan media; (3) <i>Produksi</i> , yaitu desain pesan dan produksi media dengan pretest; serta (4) <i>Pelaksanaan</i> , mencakup penyebaran pesan, implementasi, dokumentasi, dan evaluasi.(Rinawati et al., 2022)	Perbedaannya terdapat pada fokus masalah yang diteliti, penelitian tersebut membahas terkait pengelolaan ekowisata mangrove sedangkan peneliti meneliti penggunaan teknologi ramah lingkungan	Kedua penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi komunikasi lingkungan

Sumber: Olahan Peneliri 2025

F. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merujuk pada suatu perencanaan yang dirancang secara efektif untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami oleh penerima pesan, serta diterima secara positif, sehingga dapat mempengaruhi sikap maupun perilaku mereka (Effendy, 2011). Menurut Rogers, strategi komunikasi merupakan sebuah rancangan yang disusun guna mendorong perubahan perilaku manusia secara luas melalui penyampaian ide-ide baru

Di sisi lain, Middleton mendeskripsikan strategi komunikasi sebagai perpaduan yang optimal dari berbagai unsur komunikasi, seperti komunikator, pesan, media atau saluran, penerima, serta efek yang ditimbulkan, dengan tujuan mendukung keberhasilan komunikasi dalam pembangunan (Cangara, 2017). Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan sinergi antara proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi guna mencapai tujuan tertentu. Dengan tujuan untuk memotivasi individu agar terdorong melakukan tindakan, memberikan edukasi, dan menyebarluaskan informasi secara terarah (Liliweri, 2010).

Maka dari itu, strategi komunikasi ini harus dijalankan oleh komunikator yang kompeten dan tepat. Untuk menjalankan Strategi komunikasi lingkungan secara efektif, ada sejumlah aspek yang harus dipertimbangkan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Littlejohn & Foss

(2009), yaitu identifikasi masalah melalui metode PRA, yang mendorong partisipasi masyarakat dalam memahami kondisi sosial. Analisis pelaku dan pengetahuan praktis dilakukan dengan segmentasi audiens, wawancara, dan FGD. Pendekatan perilaku kritis dan pemasaran sosial juga penting untuk mendorong perubahan. Komunikasi harus objektif untuk meningkatkan pemahaman audiens. Strategi ini perlu disesuaikan dengan konteks sosial dan berbasis data agar tepat sasaran.

Keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada pemahaman terhadap audiens. Penyampaian pesan harus relevan dan informatif. Kompetensi komunikator menjadi kunci utama. Semua ini mendukung tercapainya tujuan komunikasi lingkungan. Di samping itu, strategi komunikasi perlu dirancang secara sistematis melalui perencanaan yang mencakup identifikasi masalah, aktor, dan langkah pencapaian tujuan. Strategi partisipatif menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi. Pemilihan media harus mempertimbangkan ketersediaan sumber daya, aksesibilitas, dan efektivitas jaringan.

Tidak hanya sekedar pemilihan media yang tepat, desain pesan harus sesuai dengan karakter audiens, memperhatikan akurasi, kelengkapan, dan waktu penyampaian. Produksi media melibatkan penyusunan konten, desain menarik, *pre-test*, dan pelibatan pihak terkait. Implementasi program memerlukan pengelolaan yang

terencana. Peran komunikator sangat penting dalam mengawal strategi ini agar berhasil. Tanpa perencanaan matang dan komunikasi yang relevan, pesan sulit diterima audiens. Oleh karena itu, pendekatan yang partisipatif dan terarah sangat diperlukan (Littlejohn & Foss, 2009).

2. Komunikasi Lingkungan

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian dan pemindahan pengetahuan dan gagasan melalui beragam simbol dan media dari seorang komunikator kepada pihak lain dengan tujuan mempengaruhi pemahaman maupun perilaku sebagaimana dikutip oleh (Mulyana, 2019), Harold Lasswell menjelaskan bahwa proses komunikasi dapat dijabarkan dengan memberikan tanggapan melalui lima pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*” Pertanyaan ini dapat membantu memetakan unsur – unsur komunikasi yang saling berkaitan (Mulyana, 2019).

Dalam unsur – unsur komunikasi tersebut yang pertama yaitu pengirim, pengirim dipandang sebagai pihak yang memulai tindakan komunikasi karena terdorong untuk menyampaikan suatu gagasan, kemudian dibuat dakan bentuk simbol verbal maupun nonverbal sebagai pesan. Pesan ini disalurkan melalui media atau saluran yang dipilih sesuai kebutuhan dan situasi komunikasi, naik melalui tulisan, suara, visual maupun secara langsung. Setelah itu pesan akan diterima, lalu pesan tersebut ditafsirkan oleh penerima dengan mempertimbangkan pengalaman serta pengetahuan yang dimilikinya. Tahap penafsiran ini

pada akhirnya menghasilkan berbagai efek, mulai dari bertambahnya pemahaman hingga adanya perubahan sikap. (Mulyana, 2019).

Komunikasi lingkungan merupakan cabang kajian dalam ilmu komunikasi yang mempelajari dan mengkaji teori - teori terkait interaksi manusia dengan lingkungan. Fokus utamanya adalah memahami bagaimana manusia mempersepsikan dan memengaruhi lingkungan, serta bagaimana cara pandang tersebut mempengaruhi perilaku manusia terhadap alam serta hubungan saling mempengaruhi diantara keduanya. Menurut Oopen dan Hamacher dalam karyanya berjudul "*Environmental Communication for Sustainable Development: A Practical Orientation*", menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan merupakan suatu proses penyampaian informasi serta produksi media yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pembuatan kebijakan, mendorong partisipasi publik, dan mendukung implementasi kebijakan terkait lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi lingkungan berperan penting dalam menciptakan pemahaman bersama tentang isu-isu lingkungan (Wahyudin et al., 2024).

Adapun penjelasan lain komunikasi lingkungan merupakan bidang studi multidisiplin dan praktik atau mode pengaruh dalam kehidupan sehari-hari di media, dalam urusan bisnis dan pemerintahan, dan dalam kehidupan masyarakat. komunikasi lingkungan menggambarkan berbagai cara dan forum yang digunakan oleh warga

negara, perusahaan, pejabat publik, jurnalis, dan kelompok-kelompok lingkungan (bisa juga organisasi lingkungan [*Environmental groups*]) untuk menyuarakan pendapat mereka dan berusaha mempengaruhi keputusan-keputusan penting yang berdampak pada planet kita. Mereka dan yang lainnya mempunyai kesadaran dan persamaan pemahaman kita tentang lingkunga dan tindakan kita tidak hanya bergantung pada ilmu pengetahuan, namun juga dalam perdebatan publik, pemberitaan media, hingga obrolan sehari - hari (Cox, 2013).

Lebih lanjut, (Cox, 2013) menjelaskan bahwa studi komunikasi lingkungan mencakup berbagai praktik dan topik penelitian dalam bidang ini umumnya dapat dikelompokkan ke dalam tujuh area studi, meliputi: retorika dan diskursus lingkungan, media dan jurnalisme lingkungan, yang membahas peran saluran informasi dan praktik pelaporan pers terkait isu – isu alam, partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan keputusan lingkungan, pendidikan masyarakat dan kampanye advokasi atau pemasaran sosial, kolaborasi lingkungan dan resolusi konflik, komunikasi risiko yang fokus pada penyampaian informasi, dan penggambaran masalah lingkungan dalam budaya populer dan pemasaran ramah lingkungan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cox, 2013) komunikasi lingkungan memiliki dua fungsi yang berbeda:

a. Komunikasi lingkungan bersifat pragmatis

Hal ini mendidik, memperingatkan, membujuk, dan membantu kita memecahkan masalah lingkungan. Rasa komunikasi instrumental inilah yang mungkin muncul pada kita pada awalnya. Ini adalah kendaraan atau sarana yang kita gunakan dalam pemecahan masalah dan sering menjadi bagian dari kampanye pendidikan publik.

b. Komunikasi lingkungan bersifat konstitutif

Tertanam dalam konteks komunikasi lingkungan, bahasa dan tindakan simbolik tidak hanya berfungsi secara pragmatis untuk menyampaikan informasi, tetapi juga secara konstitutif membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Pilihan kata dan narasi yang digunakan dalam komunikasi tentang alam dapat membangun persepsi tertentu, Dengan demikian, komunikasi lingkungan berperan penting dalam membangun pemahaman, menanamkan nilai, serta memengaruhi perhatian dan sikap masyarakat terhadap pelestarian lingkungan, sehingga menjadi aspek strategis yang perlu diperhatikan dalam upaya perlindungan alam.

Dengan demikian, keterlibatan masyarakat tidak hanya mencerminkan kepedulian terhadap lingkungan, tetapi juga memperkuat dimensi sosial dalam pengambilan keputusan lingkungan. Strategi komunikasi dapat dianggap sebagai langkah awal yang penting

dalam melaksanakan komunikasi lingkungan. Tanpa komunikasi yang efektif, program dan kebijakan lingkungan tidak akan berhasil mencapai tujuannya. Komunikasi lingkungan berperan sebagai alat untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas manusia terhadap lingkungan (Wahyudin et al., 2024). Terdapat 10 langkah dalam strategi komunikasi lingkungan yang dikelompokkan dalam empat tahap besar yaitu:

a. Tahap 1 (Penilaian/Evaluasi)

1) Penilaian situasi dan identifikasi masalah

Memahami kondisi lingkungan serta tantangan yang timbul di masyarakat.

2) Penilaian pihak atau pelaku yang terlibat

Mengidentifikasi kelompok sasaran atau entitas yang berpartisipasi dalam komunikasi.

3) Penilaian objektif (untuk meningkatkan dan pengetahuan, mempengaruhi perilaku)

Menyampaikan informasi dengan maksud memperluas wawasan dan membentuk perilaku masyarakat.

b. Tahap 2 (Perencanaan)

1) Pengembangan pendekatan komunikasi

Merancang pendekatan komunikasi berdasarkan pada hasil evaluasi dan informasi yang telah diperoleh.

2) Mendorong dan menggerakkan masyarakat

Mengundang serta mendorong masyarakat agar turut aktif dalam penerapan ramah lingkungan

3) Pemilihan media

Menentukan saluran yang efisien untuk menyampaikan informasi, seperti platform digital (Instagram, WhatsApp), banner, booklet, serta penyuluhan tatap muka.

c. Tahap 3 (Produksi)

1) Merancang pesan yang akan disampaikan

Menyusun pesan yang ringkas, sesuai konteks, dan sederhana agar mudah dipahami oleh penerima.

2) Produksi media dengan uji awal

Membuat konten (infografis, video, flyer) dan melakukan pengujian awal sebelum didistribusikan.

d. Tahap 4 (Aksi dan Refleksi)

1) Penyebarluasan informasi dan pelaksanaannya

Menyebarluaskan pesan melalui media yang telah dipilih dan melaksanakan kegiatan kampanye.

2) Proses dokumentasi, pengawasan dan penilaian

Melakukan pengawasan, penilaian efektivitas strategi, serta mendokumentasikan proses dan hasil kampanye (Cox, 2013).

3. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility, yang disingkat CSR dan dalam Bahasa Indonesia berarti tanggung jawab sosial perusahaan, telah diterapkan oleh perusahaan-perusahaan, baik yang kecil, menengah, maupun besar, selama bertahun-tahun dengan berbagai bentuk dan jenisnya, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh pemangku kepentingan. Namun, definisi dan pemahaman mengenai CSR masih menjadi bahan perdebatan dan memiliki banyak penafsiran dari berbagai perspektif, termasuk ekonomi, sosial, hubungan masyarakat, agama, lingkungan, dan lain-lain (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020). Tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat dipahami sebagai kewajiban perusahaan untuk menyesuaikan praktiknya dengan kebutuhan serta ekspektasi para pemangku kepentingan (Hasibuan, 2023).

Adapun penelitian lain yang menjelaskan CSR adalah bentuk komitmen perusahaan untuk turut mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan, dengan tetap mengedepankan tanggung jawab sosial serta menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2007). Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dianggap menjadi salah satu opsi yang dapat dioptimalkan dalam mengarahkan tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai isu sosial dan lingkungan yang mendasar. Dengan demikian, tanggung jawab sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai strategi untuk menunjukkan

komitmen perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, tetapi juga sebagai sarana untuk melakukan upaya pencegahan dan penanggulangan terhadap potensi dampak negatif dari industrialisasi (Hadi, 2011).

Dalam konteks ini, CSR merupakan perluasan tanggung jawab perusahaan yang mencakup aspek lingkungan, baik fisik maupun psikologis. Untuk mewujudkannya, perusahaan dapat melakukan investasi di bidang usaha yang berorientasi pada kelestarian lingkungan, serta memastikan pemanfaatan sumber daya tetap seimbang, serta mengelola limbah dengan baik, termasuk melalui daur ulang. Selain itu, meningkatkan pengeluaran sosial dan menerapkan berbagai cara lainnya juga penting untuk menjaga keseimbangan lingkungan. Semua pengeluaran ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara keberadaan perusahaan dan harapan masyarakat serta lingkungan, sehingga dapat tercapai harmoni yang saling menguntungkan (Hadi, 2011).

Pelaksanaan program tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJS), yang sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR), ketentuan tersebut ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Pada Pasal 74 ayat (1) disebutkan bahwa "Perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di sektor dan/atau yang berhubungan dengan pemanfaatan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan

Lingkungan". Pelaksanaan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dan lingkungan yang terpengaruh oleh aktivitas perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ini menunjukkan bahwa keberadaan perusahaan memiliki dampak terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan (Narang & Oktavian, 2022).

4. *Green Technology*

Green technology merujuk pada jenis teknologi yang dalam proses pembuatan dan penerapannya memanfaatkan bahan baku yang tidak merusak lingkungan, serta menerapkan metode yang efisien dan efektif, sehingga menghasilkan limbah yang minimal. Konsep awal *green technology* muncul sebagai reaksi terhadap kekhawatiran yang berkembang mengenai dampak negatif dari kemajuan teknologi dan aktivitas manusia terhadap lingkungan. Pada penghujung abad ke-20, perhatian dunia terhadap isu perubahan iklim dan konsekuensinya bagi lingkungan semakin meningkat. Situasi ini menjadi salah satu faktor utama yang mendorong lahirnya gagasan *green technology*.

Tujuan utama dari teknologi ini adalah untuk mengurangi dan mencegah terjadinya pencemaran serta kerusakan pada lingkungan hidup. Agar dapat dikategorikan sebagai teknologi ramah lingkungan, suatu teknologi harus memenuhi beberapa kriteria, termasuk kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku dan efisiensi dalam penggunaan sumber

daya, seperti air, energi, bahan baku, dan bahan kimia (Astutik et al., 2024).

Pengembangan *green technology* menjadi sangat penting dalam mendukung keberlanjutan lingkungan hidup. Berbagai inisiatif global dan nasional, termasuk di Indonesia, mendorong penerapan teknologi ini. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan kebijakan dan program antara lain, Indonesia Bersih dan Pengelolaan Sampah Nasional, yang bertujuan mendukung inovasi ramah lingkungan (Astutik et al., 2024).

Green technology dapat diterapkan dalam berbagai bidang penting, seperti pengembangan energi terbarukan, pengolahan limbah secara ramah lingkungan, transportasi yang lebih bersih, serta perancangan bangunan yang mengutamakan efisiensi energi. Implementasi teknologi ini tidak hanya memberikan dampak positif terhadap pelestarian lingkungan, tetapi juga membawa manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan. Dengan menggunakan teknologi yang lebih ramah lingkungan, biaya operasional dapat ditekan secara efektif (Arifin et al., 2023).

Green technology juga berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat di lingkungan sekitar melalui pengurangan polusi dan pemanfaatan sumber daya yang lebih bijak. Perkembangan teknologi ini membuka peluang kerja baru serta mendorong peningkatan keterampilan dan kompetensi tenaga kerja di sektor industri, sehingga

turut mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif (Arifin et al., 2023).

Selain memberikan manfaat ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan keterampilan tenaga kerja di sektor industri, penerapan teknologi hijau atau *green technology* juga memiliki peran penting dalam sektor pariwisata untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan industri pariwisata yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan. Berikut penerapan *green technology* di bidang pariwisata:

a. Penggunaan Energi Terbarukan

Pemanfaatan sumber energi alternatif seperti tenaga surya, angin, atau air dapat mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil. Selain itu, pemakaian kendaraan listrik atau sepeda untuk membantu menurunkan emisi gas rumah kaca.

b. Pengelolaan Air dan Limbah

Pengelolaan air dan limbah dapat dilakukan dengan menerapkan prinsip efisiensi penggunaan air dan pengurangan limbah. Contohnya sistem daur ulang air dan pengolahan limbah.

c. Pemilihan Bahan Bangunan Ramah Lingkungan

Memilih bahan bangunan, seperti kayu, serta menggunakan bahan bangunan daur ulang atau bahan yang ramah lingkungan.

d. Mengurangi Penggunaan Plastik Sekali Pakai

Pemakaian kemasan makanan dan minuman yang ramah

lingkungan, seperti kemasan berbahan kertas atau hasil daur ulang,

e. Peningkatan Kesadaran Masyarakat

Pendidikan dan sosialisasi mengenai *green technology*

berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan

pentingnya pelestarian lingkungan. Selain itu, masyarakat juga

dapat dilibatkan secara aktif dalam berbagai kegiatan seperti

pengelolaan sampah dan menanam tumbuhan (Arifin et al., 2023).

5. Model KAP (*Knowledge, Attitude, Practice*)

Dalam studi perencanaan komunikasi, terdapat berbagai model

yang dapat digunakan, mulai dari model yang sederhana hingga yang

kompleks. Pemilihan model yang digunakan dalam pelaksanaan sangat

bergantung pada karakteristik dan kebutuhan pekerjaan, sebab tidak ada

satu pun model perencanaan komunikasi yang benar-benar ideal dan

berlaku untuk semua situasi. Setiap model perlu disesuaikan dan

dimodifikasi sesuai dengan kondisi nyata serta tujuan yang ingin

dicapai.

Salah satu model yang kerap digunakan adalah model

perencanaan komunikasi berbasis KAP (*Knowledge, Attitude, dan*

Practice). Model ini banyak diterapkan dalam program kampanye

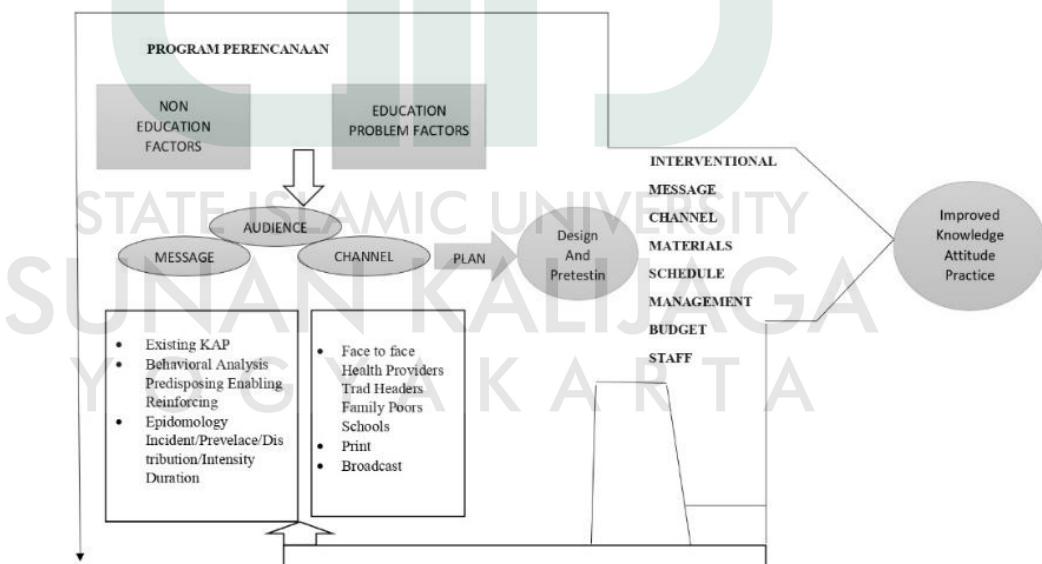
kesehatan dan juga efektif untuk program-program penyadaran

masyarakat (Cangara, 2017).

Pada model KAP, proses perencanaan komunikasi dibagi ke dalam tiga tahap yang harus dilakukan, yaitu:

- a. Tahap 1: Tahap ini meliputi penentuan siapa yang menjadi target komunikasi (audiens), apa yang ingin dikomunikasikan (pesan), dan bagaimana cara menyampaikannya (saluran).
- b. Tahap 2: Tahap ini berfokus pada perencanaan detail pesan, pembuatan materi komunikasi (*draft*), dan pengujian awal (*pre-testing*).
- c. Tahap 3: Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan tingkah laku (*practice*) audiens sesuai harapan (Cangara, 2017).

Gambar 2. Model Strategi Komunikasi KAP (*Knowledge, Attitude, Practice*)



Sumber: Buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi Hafied

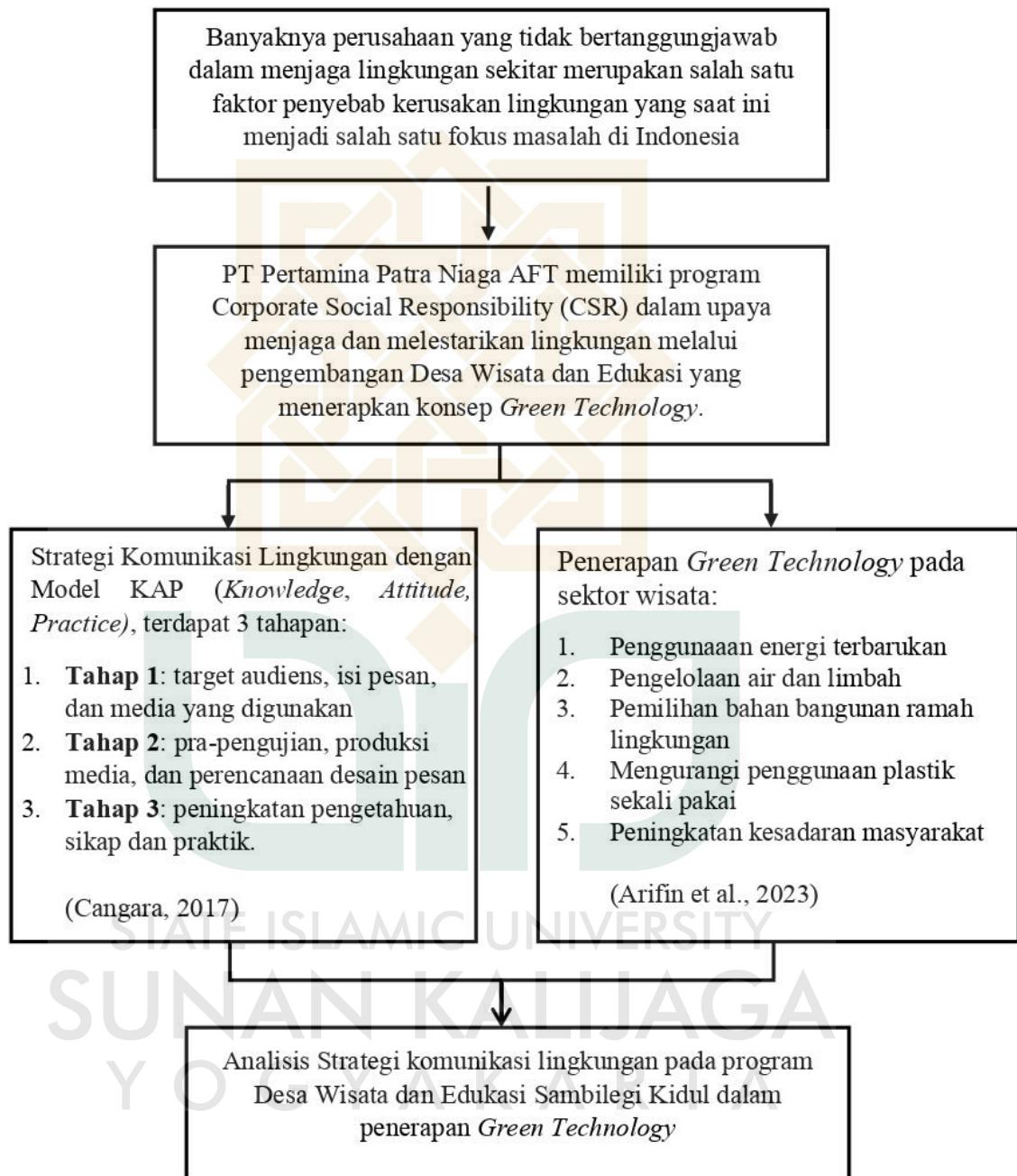
Cangara (2017)

Pada tahap awal model KAP, pemahaman mendalam tentang audiens menjadi kunci utama. Faktor - faktor seperti tingkat pendidikan, latar belakang budaya, kondisi geografis, lingkungan sosial, pandangan ideologis, serta keyakinan yang dianut audiens perlu dipertimbangkan secara matang. Dengan memahami aspek - aspek ini, perencana komunikasi dapat menyusun pesan yang relevan, memilih cara penyampaian yang tepat, serta menentukan media atau saluran yang paling sesuai dengan karakteristik audiens. Hal ini akan mempermudah proses perencanaan komunikasi secara keseluruhan, sebelum berlanjut ke tahap perancangan pesan dan produksi media.

Model ini juga menekankan pentingnya melakukan uji coba materi informasi (*pre-testing*), menentukan anggaran yang realistik, menyusun jadwal pelaksanaan yang terstruktur, menunjuk personil yang kompeten, serta melakukan monitoring secara berkala. Semua upaya ini bertujuan untuk memastikan peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, dan terbentuknya perilaku yang diharapkan pada audiens yang menjadi sasaran program (Cangara, 2017).

G. Kerangka Pemikiran

Gambar 3. Kerangka Pemikiran



Sumber Olahan Peneliti 2025

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan paradigma *pasca - positivisme*. Metode ini digunakan untuk menelaah objek dalam konteks alamiahnya, berbeda dengan penelitian eksperimen. Penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama. Data dikumpulkan menggunakan teknik triangulasi dengan menggabungkan berbagai sumber atau metode. Analisis data dilakukan secara induktif atau kualitatif dan hasil penelitian lebih berfokus pada pemaknaan (Sugiyono, 2023). Kemudian menurut Miles & Huberman diartikan sebagai suatu proses investigasi di mana peneliti melakukan klasifikasi, duplikasi, perbandingan, kategorisasi, dan identifikasi terhadap objek penelitian untuk memahami fenomena sosial secara bertahap dan mendalam (Creswell, 2010).

Selanjutnya metodologi penelitian kualitatif pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif, yang dimana penelitian hanya memusatkan perhatian pada suatu variabel tanpa ada perbandingan, sehingga bersifat mandiri. Penelitian deskriptif menyajikan gambaran yang sistematis mengenai karakteristik atau kondisi suatu objek berdasarkan fakta dan informasi akurat (Kriyantono, 2014). Penelitian ini sendiri bertujuan untuk menggambarkan dengan baik karakteristik,

gejala, kondisi atau kelompok orang tertentu, serta untuk menentukan frekuensi dan penyebaran gejala (Abubakar, 2021).

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merujuk pada kelompok atau individu dengan ciri yang ditentukan peneliti untuk dikaji, kemudian diambil simpulan berdasarkan hasil kajian tersebut. Pada penelitian ini, Peneliti memilih subjek informan secara *purposive sampling* untuk mendapatkan narasumber yang terpercaya dan relevan, sehingga mempermudah pencapaian tujuan penelitian (Sugiyono, 2019).

Subjek pada penelitian ini yaitu Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul yang dimana merupakan program CSR dari PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto Yogyakarta. Peneliti memilih subjek penelitian ini karena desa wisata sambilegi kidul menerapkan program berbasis *green technology*. Sasaran penelitian yang telah ditentukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *Community Development Officer* (CDO) PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto, kepala pengelola sekaligus Dukuh dan *Local hero* sekaligus pengurus kelompok binaan Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul.

Objek penelitian pada hakikatnya merupakan persoalan atau fenomena yang secara sengaja diangkat sebagai bahan pembahasan utama. Objek penelltian terdiri dari elemen elemen situasional sosial sebagai kegiatan penelitian. Fokus dari penelitian ini yaitu strategi

komunikasi lingkungan yang dilakukan dalam program Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul dalam penerapan *green technology*.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneltian akan dilakukan di Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul, Maguwoharjo, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dan PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto yang beralamat Jl. Solo Km. 9, Purwomartani, Kalasan, Maguwoharjo, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian akan dilaksanakan kurang lebih selama 1 bulan yaitu bulan November 2025.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti ini memakai dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui pihak kedua atau dokumen tertulis, sementara data primer dikumpulkan langsung dari sumber pertama. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi.

Terkait dengan topik penelitian ini, terdapat sejumlah teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan meliputi:

a. Observasi

Observasi partisipatif dan non-partisipatif merupakan dua metode yang dapat dipilih sebagai strategi atau pendekatan dalam pengumpulan data dengan cara mengamati peristiwa secara

langsung. Pada observasi partisipatif, peneliti terlibat aktif dengan menghadiri pertemuan, berpartisipasi dalam kegiatan, atau bahkan mengikuti pelatihan. Sementara itu, observasi non-partisipatif dilakukan ketika peneliti hanya melakukan pengamatan dan pencatatan tanpa ikut serta dalam aktivitas yang diamati (Sugiyono, 2023).

b. *Indepth Interview*

Indepth Interview adalah metode untuk mengumpulkan data melalui komunikasi verbal, menggunakan berbagai bentuk komunikasi, yang sistematis, semi sistematis maupun tidak sistematis (Harahap, 2020). Teknik wawancara yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pemilihan sampel *purposive sampling* yaitu informan dipilih berdasarkan pertimbangan sendiri oleh peneliti. dimana, pengambilan sampelnya bukan secara acak, tetapi ditentukan berdasarkan tujuan penelitian (Deddy Mulyana dalam (Bahri, 2018). Informan tersebut meliputi *Community Development Officer* (CDO) PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto, pengelola Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul, dan *Local hero* sekaligus pengurus kelompok binaan Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul.

c. Dokumentasi

Menurut (Kriyantono, 2014), dokumentasi memiliki fungsi untuk mendapatkan informasi dan memperkuat analisis

serta memahami data. Dokumentasi pada penelitian ini dapat berbentuk foto, baik yang berasal dari dokumen pribadi maupun dokumen resmi.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu interaktif dari model Miles dan Huberman. Model ini menekankan bahwa proses analisis dilakukan secara berkelanjutan. Dalam analisis data interaktif terdapat 3 tahapan yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Sugiyono, 2019).

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam penelitian data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, wawancara mendalam, dan juga dokumentasi. Pada tahap awal peneliti akan melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial atau objek yang penelitian untuk memperoleh variasi data (Sugiyono, 2019).

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Saat Jumlah data yang dikumpulkan di lapangan cukup banyak, perlu dilakukan pencatatan yang rinci dan penuh ketelitian ini disebut sebagai reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih, dan memilah memfokuskan pada aspek-aspek utama dan penting dalam menemukan pola data (Sugiyono, 2019).

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah reduksi data langkah selanjutnya yaitu penyajian data.

Karena penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, maka dalam penyajian data penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. (Pawito, 2007).

d. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*)

Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah sejak awal, tetapi mungkin juga tidak karena masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada

di lapangan.(Sugiyono, 2019).

6. Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data penelitian berfungsi untuk mengukur kebenaran data dan proses pengumpulannya. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sebagai pembanding terhadap data yang diteliti (Moleong, 2010). Penulis menggunakan triangulasi data untuk memverifikasi keakuratan data dalam penelitian ini. Triangulasi dalam konteks pengujian kredibilitas berarti memeriksa dari berbagai sumber dengan berbagai metode dan pada waktu yang berbeda (Sugiyono, 2019: 368).

Dalam penelitian akan melakukan triangulasi ahli sebagai bagian dan upaya untuk memperkuat keabsahan data dalam penelitian. Triangulasi ahli akan dilakukan dengan dengan Miftah Faridl Widhagdha S.I.Kom., M.SC., CSP., CSRA selaku CSR & ESG *Strategist Communicator*. Beliau berperan sebagai praktisi pada Managing Director di Prospect Institute, sebuah lembaga konsultasi dan penelitian yang berfokus pada ESG (*environment, social, governance*) dan CSR di Indonesia. Beliau juga aktif sebagai dosen pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Sebelas Maret. alam bidang akademik dan profesional, beliau terlibat dalam berbagai kegiatan riset, kajian kebijakan, serta pendampingan program CSR dan ESG di berbagai sektor industri. Pengalaman tersebut menjadikan beliau memiliki kompetensi dan perspektif strategis dalam memahami dinamika komunikasi CSR, khususnya dalam konteks pemberdayaan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, program CSR Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto menerapkan strategi komunikasi lingkungan yang terencana dan bertahap menggunakan analisis model KAP (*Knowledge, Attitude, Practice*) serta melibatkan peran *local hero*. Komunikasi lingkungan berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga untuk membangun pemahaman dan mendorong perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap lingkungan.

Pelaksanaan komunikasi lingkungan dimulai dari peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai isu dan teknologi ramah lingkungan, dilanjutkan dengan pembentukan sikap positif, hingga penerapan praktik nyata dalam kehidupan sehari-hari. Peran *local hero* membantu menyampaikan pesan lingkungan secara lebih efektif dan sesuai dengan kondisi sosial masyarakat. Dalam proses ini, green technology tidak hanya digunakan sebagai solusi teknis, tetapi juga sebagai media komunikasi lingkungan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan.

Secara keseluruhan, keberhasilan penerapan green technology dalam program CSR ini sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi lingkungan yang digunakan. Komunikasi lingkungan menjadi dasar dalam membangun pemahaman dan mendorong perubahan perilaku masyarakat, sehingga mendukung terwujudnya Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi

Kidul yang mandiri dan berkelanjutan dari aspek lingkungan, sosial, budaya, dan ekonomi

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telat dipaparkan, berikut saran dari peneliti:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait strategi komunikasi lingkungan dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat desa wisata. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji serta memperluas fokus penelitian pada tapak keberlanjutan program setelah pendampingan berakhir. Selain itu penelitian lanjutan dapat menelaah dinamika partisipasi masyarakat dan efektivitas komunikasi dalam menjaga konsistensi perilaku ramah lingkungan dalam jangka panjang.

2. Bagi PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto

Bagi PT. Pertamina Patra Niaga AFT Adisutjipto, Meskipun program pembinaan dan pendampingan secara intensif telah diselesaikan dan menunjukkan capaian yang positif. Disarankan untuk tetap melakukan monitoring offline atau kunjungan lapangan secara berkala, meskipun bersifat sederhana, tetap diperlukan untuk menjaga keberlanjutan program yang telah berjalan dengan baik.

3. Bagi Masyarakat Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul

Bagi masyarakat Desa Wisata dan Edukasi Sambilegi Kidul, diharapkan mampu mempertahankan kebiasaan ramah lingkungan yang telah terbentuk sekaligus meningkatkan peran aktif dalam pengelolaan potensi desa. Keterlibatan generasi muda penting agar keberlanjutan program dapat terjaga melalui gagasan dan inovasi yang relevan dengan perkembangan zaman.



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- AFT Adi Sucipto. (n.d.). Pertamina Patra Niaga Regional Jawa Bagian Tengah, Pertamina RJBT, KLHK, PROPER, ISBN, Pertamina PROPER, Kehati, Keanekaragaman Hayati, Biodiversity. Retrieved December 14, 2025, from <https://rjbt-juara.com/aft-adi-sucipto>
- Alim, S. (2024). *Komunikasi Lingkungan: Konsep Kunci dan Studi Kasus Terkini di Asia dan Indonesia*. Universitas Brawijaya Press.
- Antoni, P. A., Reza Safitri,. (2020). Studi Komunikasi Lingkungan Melalui Komunikasi Kelompok Terhadap Edukasi Pengelolaan Lingkungan Dengan Pendekatan Teori Strukturasi Adaptif Pada Masyarakat Kota Malang. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 46–56. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v3i1.2114>
- Anwar, R., Sarwoprasodjo, S., & Hapsari, D. R. (2026). Teori Komunikasi Lingkungan: Partisipasi Publik dalam Pengelolaan Kawasan Konservasi Bagi Masyarakat Adat di Papua Article Sidebar. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Humaniora*, (Vol 5 No 2).
- Arifin, Z., Ariantini, M. S., Sudipa, I. G. I., Chaniago, R., Suryani, Dwipayana, A. D., Adriani, & et all. (2023). *Green Technology: Penerapan Teknologi Ramah Lingkungan Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Astutik, Prabandaru Dwi Septian, Indah Nur Andini, Nur Ika Fitriya, & Denny Oktavina Radianto. (2024). Pengembangan Teknologi Ramah Lingkungan Untuk Pengolahan Limbah Padat Menuju Produksi Bebas Limbah. *Venus: Jurnal Publikasi Rumpun Ilmu Teknik*, 2(2), 83–96. <https://doi.org/10.61132/venus.v2i2.250>
- Azhara, M. A., & Mardhatillah, S. R. (2023). Partisipasi Publik dalam Penyusunan Dokumen Analisis Dampak Lingkungan Pasca Berlakunya Undang-Undang/Perppu Cipta Kerja. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 30(2), 256–276. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol30.iss2.art2>

Bahri, S. (2018). *Metodologi penelitian bisnis: Lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS* (1st ed.). Andi yogyakarta.

Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (3rd ed.). Raja Grafindo Persada.

Cox, J. R. (2013). *Environmental communication and the public sphere* (3. ed.). SAGE Publ.

Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (3rd ed.). Pustaka Pelajar.

Dewi, W. W. A., Sarwono, B. K., & Pasandaran, C. C. (2024). Environmental Campaign Advocate through Waste Digital Bank at Rural Area in Bali, Indonesia. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan (Journal of Natural Resources and Environmental Management)*, 14(2), 280. <https://doi.org/10.29244/jpsl.14.2.280>

Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.25072/jwy.v4i1.328>

Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility* (1st ed.).

Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Wal ashri Publishing.

Hasibuan, H. A. (2023). Tanggung Jawab Perusahaan Dalam Memberdayakan Masyarakat Desa Melalui Program Csr di Indonesia. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 2. <https://doi.org/Https://Doi.Org/10.55123/Abdikan.V2i3.1781>

Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. (Ed. 1, cet. 2). Kencana.

Liliweri, A. (2010). *Strategi Komunikasi Masyarakat* (Cet. 1). LKiS Pelangi Aksara.

- Littlejohn, S. W., & Foss, A. (2009). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Narang, A., & Oktavian, D. (2022). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN MENURUT PERSPEKTIF ISO 26000. *Jurnal Hukum To-Ra : Hukum Untuk Mengatur Dan Melindungi Masyarakat*, 8(3), 374–385. <https://doi.org/10.55809/tora.v8i3.157>
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Lembaga Kajian Islam dan Sosial (LKIS).
- Pezzullo, P. C., & Cox, J. R. (2022). *Environmental communication and the public sphere* (Sixth edition). SAGE.
- Rion. (2025, March 3). *Proper—Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan*. <https://proper.menlhk.go.id/proper/berita/detail/393>
- Rochmaniah, A., & Sinduwiatmo, K. (2020). *BUKU AJAR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN COMMUNITY DEVELOPMENT* (1st ed.). UMSIDA Press.
- Setyorini, I., Sarwo, Y., & Nugroho, A. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT PLN (PERSERO) UIK TANJUNG JATI B TERHADAP KOMUNITAS NELAYAN PERAIRAN PULAU PANJANG. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, Vol 2 No 1, 48–59.
- Simatupang, O. (2020). KOMPETENSI HUMAS PEMERINTAH DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *JURNAL PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 21 (1), 85. <http://dx.doi.org/10.31346/jpikom.v21i1.2503>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D*. Afabeta.

Untung, H. B. (with Indonesia & Indonesia). (2007). *Corporate social responsibility* (Cet. 1). Sinar Grafika.

Wahyudin, U., Bakti, I., & Ardianti, D. (2024). *DINAMIKA KOMUNIKASI LINGKUNGAN Konsep, Strategi, dan Aplikasi* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.

Yenrizal. (2017). *Lestarikan Bumi dengan Komunikasi Lingkungan* (Cetakan 1). Deepublish.

